

**PENGARUH LOYALITAS PADA *PRODUK PRIVATE BRAND*
DAN *MANUFACTURE BRAND* TERHADAP
KECENDERUNGAN BERALIH PADA PEMBELIAN PRODUK
PRIVATE BRAND PADA GIANT EKSTRA DIPONEGORO
SURABAYA**



OLEH:
MARIA YUSTIN YOSEPH
3103012230

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016**

**PENGARUH LOYALITAS PADA *PRODUK PRIVATE BRAND* DAN
MANUFACTURE BRAND TERHADAP KECENDERUNGAN
BERALIH PADA PEMBELIAN *PRODUK PRIVATE BRAND* PADA
GIANT EKSTRA DIPONEGORO SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

OLEH:

MARIA YUSTIN YOSEPH
3103012230

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH LOYALITAS PADA PRODUK *PRIVATE BRAND*
DAN *MANUFACTURE BRAND* TERHADAP
KECENDERUNGAN UNTUK BERALIH PADA PEMBELIAN
PRODUK *PRIVATE BRAND* PADA GIANT EKSTRA
DIPONEGORO SURABAYA**

OLEH

MARIA YUSTIN YOSEPH

3103012230

**Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji**

PEMBIMBING I



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si

Tanggal: 6 Januari 2016

PEMBIMBING II



Elisabeth Supriharyanti., SE., M.Si.

Tanggal: 6 Januari 2016

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : MARIA YUSTIN YOSEPH

NRP : 3103012230

**Telah diuji pada tanggal 28 Januari 2016 dan dinyatakan lulus oleh
Tim Penguji**

Ketua Tim Penguji



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si

NIK: 311.95.0228

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA

NIK 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si

NIK 311.99.0369

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Maria Yustin Yoseph

NRP : 3103012230

Judul Skripsi: **PENGARUH LOYALITAS PADA PRODUK *PRIVATE BRAND* DAN *MANUFACTURE BRAND* TERHADAP KECENDERUNGAN UNTUK BERALIH PADA PEMBELIAN PRODUK *PRIVATE BRAND* PADA GIANT EKSTRA DIPONEGORO SURABAYA**

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah **ASLI** karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarisme*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui pula karya tulis ini dipublikasikan untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 21 Desember 2015



(Maria Yustin Yoseph)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan karunian-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Loyalitas *private brand* dan *manufacture brand* terhadap Kecenderungan beralih ke pembelian produk *private brand* pada Giant Ekstra Diponegoro Surabaya”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan studi akhir jenjang S-1, Jurusan Manajemen konsentrasi Ritel , Fakultas Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penulisan tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik, tentunya tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan limpah terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE, M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
3. Bapak Robertus Sigit, SE, MSc., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Papa dan Mama tercinta yang selalu mendukung penulis dan selalu mendoakan penulis setiap saat. Terima kasih sudah menjadi orang tua yang luar biasa bagi penulis selama ini.
5. Ibu Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si yang sudah bersedia meluangkan waktu dan membimbing penulis selama menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih sudah memberikan banyak pengetahuan dan masukkan bagi penulis.

6. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si. yang sudah bersedia meluangkan waktu dan membimbing penulis selama menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih sudah memberikan banyak pengetahuan dan masukkan bagi penulis.
7. Ibu Dra. Ec. Ani Suhartatik, MM., selaku dosen penguji yang sudah bersedia meluangkan waktu dan kesempatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
8. Yuan, Atha, Tenny, Diana dan Lili yang selalu memberikan dukungan bagi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Yuan dan teny terima kasih sudah menemani penulis selama kuliah di Surabaya.
9. Fransiska Karolina, teman seperjuangan penulis dari awal masuk perkuliahan pertama kali di Widya Mandala, maupun teman yang selalu disamping penulis disaat penulis meminta pendapat, motivasi bahkan nasehat. Terima kasih siska sudah hadir dan menjadi sahabat terbaik dalam hidup penulis selama 3,5 tahun ini.
10. Florensia Agnes dan Fransiska sahabat seperjuangan penulis semasa perkuliahan,. Terima kasih sudah menerima penulis dalam hubungan persahabatan ini selama 3,5 tahun, walaupun terkadang ada perbedaan diantara kita, namun perbedaan itulah yang membuat kita menjadi semakin akrab dalam persahabatan karena didasarkan oleh pengertian.
11. Teman seperjuangan konsentrasi ritel, Melisa, Holia, Sicil, Erisca, Fumiko, Ryan, Frans, Osvaldo dan Adi Budiono.
12. Untuk tersayang Ricky Tan, terima kasih sudah menyemangati penulis dalam pengerjaan tugas akhir, dan atas pengertiaannya selama ini.

Penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat untuk kedepannya bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ritel. Penulis juga mohon maaf kepada semua pihak atas segala kekurangan dan kekhilafan selama menempuh

perkuliahan dan menyelesaikan tugas akhir ini. Terima Kasih, semoga Tuhan memberkati dan membalas semua kebaikan dan bantuannya.

Surabaya, 20 Desember 2015

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5. Sistematika Penulisan	8
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
2.1. Penelitian Terdahulu	10
2.2. Landasan Teori.....	11
2.3. Pengaruh Antar Variabel.....	23
2.4. Model Penelitian	26
2.5. Hipotesis	27
BAB 3 METODE PENELITIAN	

3.1.	Desain Penelitian.....	28
3.2.	Identifikasi Variabel.....	28
3.3.	Definisi Operasional Variabel.....	29
3.4.	Jenis Data dan Sumber Data	31
3.5.	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	31
3.6.	Pengukuran Variabel.....	32
3.7.	Teknik Analisis Data.....	33
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN		
4.1.	Karakteristik Responden Penelitian	35
4.2.	Statistik Deskriptif Variabel.....	38
4.3.	Pengujian Data Penelitian	43
4.4.	Persamaan Struktural	47
4.5.	Analisis Kesesuaian Model Penelitian	48
4.6.	Pengujian Hipotesis.....	50
4.7.	Pembahasan	53
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN		
5.1.	Simpulan	64
5.2.	Saran	65
DAFTAR KEPUSTAKAAN		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Bisnis Retail	2
Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.1.	<i>Goodness of Fit</i>	34
Tabel 4.	Karakteristik Responden	
4.1.	Berdasarkan Jenis Kelamin	35
4.2.	Berdasarkan Usia	35
4.3.	Berdasarkan Pekerjaan	36
4.4.	Berdasarkan Pendapatan	36
4.5.	Berdasarkan Frekuensi Belanja	37
Tabel 4.6.	Interval Rata-rata Penelitian	38
Tabel 4.7.	Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Produk <i>Private Brand</i>	39
Tabel 4.8.	Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Produk <i>Manufacture Brand</i>	40
Tabel 4.9.	Statistik Deskriptif Variabel Sikap Konsumen pada Produk <i>Private brand</i>	41
Tabel 4.10.	Statistik Deskriptif Variabel kecenderungan Konsumen Beralih pada Pembelian Produk <i>Private brand</i>	42
Tabel 4.11.	Hasil Normalitas Univariat.....	43
Tabel 4.12.	Hasil Uji Multikolinearitas.....	44
Tabel 4.13.	Pengujian Validitas	45
Tabel 4.14.	Hasil Pengujian Reliabilitas	46
Tabel 4.15.	Penilaian Model Fit	49
Tabel 4.16.	<i>Direct Effects</i> dan <i>Indirect Effects</i>	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Sederhana Pengambilan Keputusan.....	11
Gambar 2.2 Model Penelitian	26
Gambar 4.1. <i>Conceptual Model</i>	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuisisioner
Lampiran 2.	Karakteristik Responden
Lampiran 3.	Uji Normalitas
Lampiran 4.	Penilaian Model Fit
Lampiran 5.	Output <i>Structural Equation Model</i>
Lampiran 6.	Syntax
Lampiran 7.	Path Diagram
Lampiran 8.	Data Kuisisioner

ABSTRAK

Perkembangan bisnis ritel di Indonesia yang semakin berkembang pesat menjadi alasan tersendiri bagi riteler untuk mengeluarkan *private brand*, karena *private brand* menawarkan harga yang relatif murah dibandingkan *manufacture brand*. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh loyalitas konsumen pada produk *private brand*, *manufacture brand* terhadap kecenderungan untuk beralih pada pembelian produk *private brand* yang dimediasi oleh sikap konsumen pada produk *private brand* pada produk Gula Pasir di Giant Ekstra Diponegoro Surabaya. Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, karena dalam penelitian ini pengumpulan informasi dilakukan dengan membagikan kuisioner kepada konsumen. Jumlah sampel dalam penelitian sebanyak 140 responden, yang dipilih dengan teknik *nonprobability sampling* yaitu *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan Structural Equation Model (SEM) Lisrel. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat loyalitas konsumen pada produk *private brand* lebih tinggi dibandingkan *manufacture brand*, dan sikap konsumen pada produk *private brand* positif mempengaruhi kecenderungan untuk beralih pada pembelian produk *private brand*. Hasil penelitian juga menunjukkan sikap konsumen pada produk *private brand* secara positif memediasi hubungan antara loyalitas konsumen pada produk *private brand* dan kecenderungan untuk beralih pada pembelian produk *private brand* lain.

Kata Kunci: Merek ritel, merek manufaktur, loyalitas merek, *brand switching*, *switching behavior*, Giant Ekstra Diponegoro Surabaya

ABSTRACT

The development of retail business in Indonesia is growing rapidly into its own reasons for retailers to issue private brand, as private brand offers a relatively cheap price compared manufacture brand. The purpose of this study is to determine the effect of consumer loyalty in private brand products, manufacture brand against the tendency to switch on the purchase of private brand products that are mediated by consumer attitudes on products private brand Sugar products at Giant Extra Diponegoro Surabaya. The data's type in this research is quantitative data. data collection in this study conducted by distributing questionnaires to Giant Extra Diponegoro Surabaya's consumers. The numbers of samples in the study are 150 respondents; selected sampling technique is non-probability sampling which is purposive sampling. Data were analyzed using Structural Equation Model (SEM) by Lisrel. The findings in this study indicate that the level of consumers' loyalty in the private brand products is higher than the manufacture of brand and consumers' attitudes to private brand products positively affect the tendency to switch on the purchase of private brand products. The results also show consumer attitudes on private brand product is positively mediate the relationship between customer loyalty in private brand products and a tendency to switch to another private brand product purchases.

Keyword: *Private brand, manufacture brand, brand loyalty, brand switching, switching behaviour, Giant Ekstra Diponegoro Surabaya.*